

2023-2029年中国彩妆产品 市场深度分析与发展前景预测报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2023-2029年中国彩妆产品市场深度分析与发展前景预测报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.cction.com/report/202306/371357.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

特别说明：本PDF目录为计算机程序生成，格式美观性可能有欠缺；实际报告排版规则、美观。

二、说明、目录、图表目录

中企顾问网发布的《2023-2029年中国彩妆产品市场深度分析与发展前景预测报告》报告中的资料和数据来源于对行业公开信息的分析、对业内资深人士和相关企业高管的深度访谈，以及共研分析师综合以上内容作出的专业性判断和评价。分析内容中运用共研自主建立的产业分析模型，并结合市场分析、行业分析和厂商分析，能够反映当前市场现状，趋势和规律，是企业布局煤炭综采设备后市场服务行业的重要决策参考依据。

在一个供大于求的需求经济时代，企业成功的关键就在于，是否能够在需求尚未形成之时就牢牢的锁定并捕捉到它。那些成功的公司往往都会倾尽毕生的精力及资源搜寻产业的当前需求、潜在需求以及新的需求!

随着彩妆产品市场竞争的不断加剧，大型彩妆产品企业间并购整合与资本运作日趋频繁，国内优秀的彩妆产品企业愈来愈重视对行业市场的研究，特别是对企业发展环境和客户需求趋势变化的深入研究。因此，本报告将对中国彩妆产品市场的发展状况、市场潜力以及未来的发展趋势进行深度剖析，以便相关决策者做出正确的竞争和投资策略。

本报告第1章分析了中国彩妆产品的发展综述;

第2章对全球及主要国家彩妆产品市场的发展状况进行了分析;第3和

第4章对中国彩妆产品市场的发展状况进行了深度解析，并对消费者需求特征进行了调研分析;

第5章对彩妆产品细分市场的需求状况和前景进行了分析与预测;

第6章对国内外彩妆产品市场的领先品牌进行了分析与解读，具有实战参考价值;

第7章对彩妆产品市场的发展前景进行了评估，并对其发展趋势进行了预测，同时从投资潜力、投资现状出发，对彩妆行业的投资策略规划进行了部署，帮助投资者做出决策。

本报告最大的特点就是性和适时性，是各类彩妆产品相关企业及资本机构准确了解当前彩妆行业最新发展动态，把握市场机会，提高企业经营效率，作出正确经营决策和投资决策的不可多得的精品。

报告目录：

第1章：中国彩妆产品发展综述

1.1 彩妆产品概述

1.1.1 彩妆产品的概念分析

1.1.2 彩妆产品的类别分析

1.2 彩妆产品发展环境分析

1.2.1 行业政策环境分析

- (1) 行业相关标准
- (2) 行业相关政策

1.2.2 行业经济环境分析

- (1) 中国经济增长情况
- (2) 经济形势发展展望
- (3) 中国居民收支情况

1.2.3 行业社会环境分析

- (1) 从“节约”到“时尚”;
- (2) 从“关注质量”到“关注品牌文化”;
- (3) “她经济”已经成为一种经济现象

1.2.4 行业技术环境分析

- (1) 彩妆功效化
- (2) 上妆简单化
- (3) 产品个性化

1.3 彩妆产品发展机遇与威胁分析

第2章：全球彩妆产品市场发展状况分析

2.1 全球彩妆市场发展现状分析

2.1.1 全球彩妆产品发展历程

2.1.2 全球彩妆市场规模分析

- (1) 全球化妆品市场规模分析
- (2) 全球彩妆市场规模分析

2.1.3 全球彩妆产品结构分析

2.2 全球彩妆市场竞争格局分析

2.2.1 全球彩妆市场竞争层次分析

2.2.2 全球彩妆产品市场品牌格局

2.2.3 全球主要彩妆品牌市场份额

2.3 主要国家彩妆市场发展分析

2.3.1 日本彩妆市场发展分析

- (1) 日本彩妆市场规模分析
- (2) 日本彩妆产品特点及代表品牌分析

(3) 日本主要彩妆品牌与重点产品分析

(4) 日本彩妆品牌市场份额

2.3.2 韩国彩妆市场发展分析

(1) 韩国彩妆市场规模分析

(2) 韩国彩妆产品特点及代表品牌分析

(3) 韩国主要彩妆品牌与重点产品分析

(4) 韩国彩妆品牌市场份额

2.3.3 法国彩妆市场发展分析

(1) 法国彩妆市场规模分析

(2) 法国彩妆产品特点及代表品牌分析

(3) 法国主要彩妆品牌与重点产品分析

(4) 法国彩妆品牌市场份额

2.3.4 美国彩妆市场发展分析

(1) 美国彩妆市场规模分析

(2) 美国彩妆产品特点及代表品牌分析

(3) 美国主要彩妆品牌与重点产品分析

(4) 美国彩妆品牌市场份额

2.4 全球彩妆市场投融资与研发分析

2.4.1 全球彩妆市场投资现状分析

2.4.2 全球彩妆市场融资现状分析

2.4.3 全球彩妆市场研发现状分析

2.5 全球彩妆市场发展前景分析

2.5.1 全球彩妆产品发展前景预测

2.5.2 全球彩妆产品发展趋势预测

(1) 高端化

(2) 细分化

(3) 多功能融合

(4) 定制化

第3章：中国彩妆产品市场发展现状分析

3.1 中国彩妆市场发展概况分析

3.1.1 中国彩妆市场发展总况

- 3.1.2 中国彩妆产品发展历程
- 3.1.3 2019-2021年中国彩妆大事记
- 3.2 中国彩妆市场总体发展规模
 - 3.2.1 中国彩妆产品总体市场规模
 - (1) 中国化妆品市场规模分析
 - (2) 彩妆在中国化妆品的市场地位
 - (3) 中国彩妆市场规模分析
 - 3.2.2 中国人均彩妆产品消费金额
- 3.3 中国线上渠道彩妆发展规模
 - 3.3.1 中国彩妆产品线上销售额
 - 3.3.2 中国彩妆市场产品结构分析
 - (1) 线上渠道彩妆消费品类结构
 - (2) 淘系平台彩妆消费品类结构
- 3.4 中国彩妆产品竞争现状分析
 - 3.4.1 中国彩妆市场竞争层次分析
 - 3.4.2 中国彩妆产品市场品牌格局
 - 3.4.3 中国主要彩妆品牌市场份额
- 3.5 中国彩妆市场技术现状与研发分析
 - 3.5.1 中国彩妆产品技术现状分析
 - 3.5.2 中国彩妆产品研发现状分析

第4章：中国彩妆产品营销与消费者需求分析

- 4.1 中国境内市场彩妆产品包装现状与趋势分析
 - 4.1.1 中国彩妆产品包装现状分析
 - (1) 产品包装材质分析
 - (2) 产品包装材质分析
 - 4.1.2 彩妆产品包装特色分析
 - 4.1.3 中国彩妆产品包装趋势分析
- 4.2 中国境内市场彩妆产品价格及营销现状分析
 - 4.2.1 中国彩妆产品市场价格体系分析
 - (1) 唇釉
 - (2) 隔离霜/妆前乳

(3) 粉底液/膏/霜/粉条

(4) 眼线笔/眼线液

(5) 腮红/胭脂

(6) 粉饼/蜜粉/散粉

(7) BB霜/CC霜

4.2.2 中国彩妆产品市场营销现状分析

(1) 主要彩妆品牌营销概念分析

(2) 主要彩妆品牌营销渠道分析

(3) 中国彩妆产品营销趋势分析

4.3 中国境内市场彩妆产品消费者需求特征分析

4.3.1 中国境内市场彩妆价格分析

4.3.2 中国境内彩妆消费者特征调研

(1) 消费者年龄构成

(2) 消费者收入情况

(3) 消费者职业构成

4.3.3 中国境内消费者购买特征分析

(1) 消费者购买渠道

(2) 消费者消费频次

(3) 消费者购买影响因素

4.3.4 中国境内消费者产品偏好分析

(1) 消费者对产品类别偏好

(2) 消费者特殊偏好分析

4.4 中国跨境市场彩妆产品消费者需求特征分析

4.4.1 跨境市场彩妆产品价格分析

4.4.2 跨境市场彩妆消费者特征调研

(1) 消费者年龄构成

(2) 消费者收入情况

(3) 消费者职业构成

(4) 消费者性别比例

4.4.3 跨境市场消费者购买特征分析

(1) 消费者购买方式

(2) 消费者消费金额

(3) 消费者购买影响因素

4.4.4 跨境市场消费者产品偏好分析

4.5 中国彩妆产品新兴营销渠道与趋势分析

4.5.1 网络直播+彩妆

(1) 定义

(2) 发展现状

4.5.2 KOL种草+彩妆

(1) 定义

(2) 发展现状

4.5.3 粉丝经济+彩妆

(1) 定义

(2) 发展现状

4.5.4 热门IP+彩妆

(1) 定义

(2) 发展现状

第5章：彩妆产品细分市场发展状况分析

5.1 脸部彩妆市场发展分析

5.1.1 脸部彩妆市场产品分析

5.1.2 脸部彩妆市场发展规模分析

(1) 中国脸部彩妆总体市场规模

(2) 中国脸部彩妆线上销售额

5.1.3 脸部彩妆市场竞争格局

(1) 不同类别产品竞争格局

(2) 竞争品牌分析

5.1.4 脸部彩妆市场发展前景与趋势

(1) 市场前景预测

(2) 市场趋势预测

5.2 唇部彩妆市场发展分析

5.2.1 唇部彩妆市场产品分析

5.2.2 唇部彩妆市场发展规模分析

(1) 中国唇部彩妆总体市场规模

(2) 中国唇部彩妆线上销售额

5.2.3 唇部彩妆市场竞争格局

(1) 不同类别产品竞争格局

(2) 不同价格区间竞争格局

(3) 竞争品牌分析

5.2.4 唇部彩妆市场发展前景与趋势

(1) 市场前景预测

(2) 市场趋势预测

5.3 眼部彩妆市场发展分析

5.3.1 眼部彩妆市场产品分析

5.3.2 眼部彩妆市场发展规模

(1) 中国眼部彩妆总体市场规模

(2) 中国眼部彩妆线上销售额

5.3.3 眼部彩妆市场竞争格局

(1) 不同类别产品竞争格局

(2) 不同价格区间竞争格局

(3) 竞争品牌分析

5.3.4 眼部彩妆市场发展前景与趋势

(1) 市场前景预测

(2) 市场趋势预测

第6章：国内外彩妆产品重点企业案例分析

6.1 国际领先彩妆产品品牌业务布局分析

6.1.1 欧莱雅集团 (L'OREAL)

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业销售区域分布

(4) 企业彩妆业务表现及集团地位

(5) 企业彩妆业务布局及主要品牌

(6) 企业彩妆业务在华业绩表现

6.1.2 雅诗兰黛集团 (EsteeLauder)

(1) 企业发展简况分析

- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业销售区域分布
- (4) 企业彩妆业务表现及集团地位
- (5) 企业彩妆业务布局及主要品牌
- (6) 企业彩妆业务在华业绩表现

6.1.3 资生堂集团 (Shiseido)

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业销售区域分布
- (4) 企业美妆业务表现及集团地位
- (5) 企业彩妆业务布局及主要品牌
- (6) 企业彩妆业务在华业绩表现

6.1.4 爱茉莉太平洋集团 (AMORE PACIFIC)

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业销售区域分布
- (4) 企业美妆业务表现及集团地位
- (5) 企业彩妆业务布局及主要品牌
- (6) 企业彩妆业务在华业绩表现

6.1.5 香奈儿 (CHANEL)

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业销售区域分布
- (4) 企业美妆业务表现及集团地位
- (5) 企业彩妆业务布局及主要品牌
- (6) 企业彩妆业务在华业绩表现

6.1.6 LVMH集团

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业销售区域分布
- (4) 企业美妆业务表现及集团地位
- (5) 企业彩妆业务布局及主要品牌

(6) 企业彩妆业务在华业绩表现

6.2 国内彩妆产品领先品牌案例分析

6.2.1 珀莱雅 (PROYA)

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营状况分析

(3) 企业彩妆产品业务分析

(4) 企业销售渠道与网络分析

(5) 企业发展优劣势分析

6.2.2 毛戈平

(1) 品牌发展简况分析

(2) 品牌经营状况分析

(3) 彩妆产品业务分析

(4) 品牌销售渠道与网络

(5) 品牌经营状况优劣势分析

6.2.3 完美日记

(1) 品牌发展简况分析

(2) 品牌经营状况分析

(3) 彩妆产品业务分析

(4) 品牌营销模式分析

(5) 品牌经营状况优劣势分析

6.2.4 花西子

(1) 品牌发展简况分析

(2) 品牌经营状况分析

(3) 彩妆产品业务分析

(4) 品牌营销模式分析

(5) 品牌经营状况优劣势分析

第7章：中国彩妆产品市场投资潜力与策略规划

7.1 中国彩妆产品市场发展前景预测

7.1.1 彩妆产品市场发展动力分析

7.1.2 彩妆产品市场发展前景预测

7.2 中国彩妆产品市场发展趋势预测

7.2.1 市场整体趋势预测

7.2.2 品牌竞争格局预测

7.2.3 产品发展趋势预测

(1) 产品包装发展趋势

(2) 产品功效发展趋势

(3) 产品价格发展趋势

(4) 营销发展趋势

7.2.4 渠道发展趋势预测

(1) 零售渠道发展趋势

(2) 跨境渠道发展趋势

7.3 中国彩妆产品市场投资策略规划

7.3.1 投资价值分析

7.3.2 投资机会分析

7.3.3 投资策略与建议

(1) 品牌策略

(2) 产品策略

(3) 渠道策略

图表目录

图表1：彩妆产品分类表

图表2：实施日期自2017-2021年彩妆行业的相关标准汇总

图表3：截至2021年国内彩妆行业相关重点政策汇总

图表4：2013-2021年中国国内生产总值及其增长速度（单位：万亿元，%）

图表5：中国社科院2020年1月发布主要经济指标增长预测（单位：%）

图表6：2021年全国两会公布经济发展目标（单位：%）

图表7：2015-2021年全国居民人均可支配收入情况（单位：元）

图表8：2015-2021年全国居民人均消费支出情况（单位：元）

图表9：2021年化妆品细分行业全网信息量对比情况（单位：亿条）

图表10：中国彩妆产品发展机遇与威胁分析

图表11：全球彩妆产品发展历程分析

图表12：2012-2021年全球化妆品市场规模及增长（单位：亿美元，%）

图表13：2012-2021年全球彩妆市场规模情况（单位：亿美元）

图表14：2021年全球彩妆市场产品结构（单位：%）

图表15：2021年全球彩妆市场分级品牌竞争情况

图表16：全球彩妆产品市场品牌格局

图表17：2017-2021年欧莱雅集团与雅诗兰黛集团市场份额占比情况

图表18：2017-2021年日本彩妆产品市场规模（单位：亿美元）

图表19：日本彩妆产品特点及代表品牌分析

图表20：2021年Cosme综合大赏榜单

图表21：2021年日本前十大彩妆企业市场份额（单位：%）

图表22：2015-2021年韩国彩妆产品市场规模（单位：亿美元）

图表23：韩国彩妆产品特点及代表品牌

图表24：韩国主要彩妆品牌及其产品

图表25：2021年韩国前十大彩妆企业市场份额（单位：%）

图表26：2015-2021年法国彩妆产品市场规模（单位：亿美元）

图表27：法国彩妆产品特点及代表品牌

图表28：法国主要彩妆品牌及其产品

图表29：2021年法国前五大彩妆企业市场份额（单位：%）

图表30：2015-2021年美国彩妆产品市场规模（单位：亿美元）

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202306/371357.html>